L'ECHO TOURISTIQUE
12/14 RUE MEDERIC
75815 PARIS CEDEX 17 - 01 56 79 41 00

13/19 JUIL 07
Hebdomadaire Paris
OJD : 8041

Surface approx. (cm²) : 411

➲ Les entreprises de tourisme peuvent faire participer leurs clients à des programmes de compensation de CO2. Voici un petit mode d'emploi.

Mettre en place un programme de **compensation de CO2**

Après les causes humanitaires, voici le don citoyen. Selon une étude TNS Sofres pour Voyages-sncf.com et Routard.com, 65 % des voyageurs français seraient prêts à compenser leurs émissions de dioxyde de carbone. En versant leur obole, ils ramèneraient ainsi leur compteur de CO2 à zéro. Pour effacer l'ardoise d'un aller-retour Paris-New York, il faut compter 70 €. Cette somme est ensuite réinvestie dans un projet écologique absorbant les gaz à effet de serre.

Inciter aux dons, ne pas obliger

Vous pouvez faire appel à deux associations qui font autorité en la matière pour vous lancer dans cette voie. Le Groupe énergies renouvelables, environnement et solidarités (Geres) soutient des projets de maîtrise de l'énergie au Maroc, en Afghanistan, en Inde et au Cambodge. Créée par le photographe Yann Arthus-Bertrand, GoodPlanet s'investit pour sa part dans des initiatives assez imparables au Cambodge, au Chili, à Madagascar (via son programme Action Carbone)...

Libre à vous d'orienter vos clients, depuis votre site, vers le web d'une des associations. Voyages-sncf.com a même créé un mini-site conjoint avec Action Carbone pour que ses clients puissent faire facilement leurs dons (qui varient en fonction du dossier avec une moyenne de 30 €).

Si vous avez la fibre très écolo, vous pouvez aussi décider que votre agence prenne en charge une partie de la compensation et proposer aux voyageurs de régler le complément afin de neutraliser totalement les émissions de leurs voyages. Pour un voyage à deux à Djerba, Monagence.com verse ainsi 5 € à Action Carbone, et invite les personnes à faire un don complémentaire de 27 €. Cet acte citoyen, réalisé à la fin de la réservation avec un règlement séparé, doit apparaître comme une option, sur le modèle d'une assurance voyage.

Vous noterez enfin que, pour l'heure, si le voyageur est volontaire sur le papier, il passe rarement à la caisse. Le paiement à une autre structure est souvent un frein. A vous donc de redoubler d'imagination et de conviction pour simplifier la procédure. N'oubliez pas aussi de communiquer auprès de vos clients et prospects pour montrer votre implication. Et de sensibiliser vos équipes afin que l'opération devienne une réussite.

• LINDA LAINÉ

L'avis de l'expert

A faire

- Former vos équipes pour qu'elles sensibilisent les clients.
- Réaliser une plaquette présentant les professionnels (hébergeurs, TO, transporteurs...) qui s'investissent sur ce sujet.
- Installer un bon outil de comptabilité-reporting pour traiter les dons de vos clients.

A éviter

- Abuser en matière de communication.
- Vouloir imposer le don à vos clients plutôt que de privilégier la pédagogie.

actioncarbone.org
Accueil
Il est urgent d'agir
Un programme responsable et solidaire, à but non lucratif, pour lutter ensemble contre le changement climatique

1 Consulter les sites comme www.actioncarbone.org, www.geres.free.fr, sans oublier celui de l'Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie (Ademe : www.ademe.fr).

2 Faites fi des critiques. Même si l'on vous reproche une opération de communication, votre motivation permet au moins de vulgariser le sujet.

3 Précisez qu'un don à une association d'intérêt général permet aux contribuables de bénéficier d'une réduction d'impôt correspondant à 66 % de la somme versée.

4 Mettez en place sur votre site un moteur de calcul du coût environnemental des émissions de CO2, comme www.co2solidaire.org.

© GILLES ROLLE/REA

5 Consultez le label "tourisme responsable" proposé par l'association ATR, sur son site www.tourisme-responsable.org.

Le témoignage d'une agence

Jean-François Rial, PDG de Voyageurs du Monde.

« Avoir une démarche globale »

● Depuis janvier 2007, nous compensons les émissions de CO2 liées aux déplacements professionnels de nos collaborateurs en avion, soit 70 000 € par an.

● Nous avons demandé à trois auditeurs de nous faire un bilan carbone, qui concerne nos bureaux en France, nos filiales à l'étranger et nos fournisseurs. Nous publierons un rapport annuel sur notre stratégie de développement durable, avec une première édition en 2008. Nous préparons aussi un audit sur la gestion de l'eau dans les hôtels que nous revendons.

● Nous invitons nos clients à en faire autant en participant à des projets pilotés par le Geres. 5 à 10 % passent à l'acte. Nous visons les 50 % grâce à la simplification de la procédure. Nous devrions obtenir prochainement un agrément auprès de Bercy pour encaisser nous-mêmes les dons, puis les reverser aux associations porteuses de projets.

Eléments de recherche : LABEL TOURISME RESPONSABLE : charte pour un tourisme respectueux des populations locales, appellation citée, uniquement en France